



جامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز
Prince Sattam Bin Abdulaziz University

كلية إدارة الأعمال - قسم القانون

بحث بعنوان

" أثر الشائعات علي أداء الجهاز الإداري للدولة وسبل مكافحتها "

مُقدم للمؤتمر العلمي السادس بكلية الحقوق جامعة طنطا

خلال الفترة من ٢٢-٢٣ إبريل ٢٠١٩

إعداد

دكتور / السيد فتوح محمد هنداوي

استاذ مساعد القانون العام بقسم القانون

كلية إدارة الأعمال جامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز

المملكة العربية السعودية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ
عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ " (١)

(١) الآية "١٠٥" من سورة التوبة .

تمهيد :

تعتبر الشائعات ظاهرة اجتماعية ولا يوجد مجتمع بشري دون شائعات، ولها من التأثير الكبير علي المجتمعات في كافة الجوانب وفقاً لأهدافها(١)، فلاشك أن الشائعات وانتشارها وسرعة تبادلها وتناقلها بين أفراد المجتمع أحد الوسائل الأساسية لاستهداف المجتمعات، ومع التطور المستمر والمُتراكم للمعلومات والتقدم التكنولوجي تزداد خطورة الشائعات، حيث تعتبر الوسائل والبرامج الالكترونية أقوى الوسائل لترويج وانتشار الشائعات.

فعلي الرغم من فاعلية وأهمية هذه البرامج خاصة وسائل التواصل الاجتماعي في ربط وتواصل الأفراد، وكذلك نقل المعلومات بسرعة هائلة، إلا أنها تُشكل بيئة ملائمة وأرضية خصبة لزرع الشائعات وانتشارها علي نطاق واسع، ويرجع ذلك إلي سهولة استخدام هذه المواقع وما تمنحه من خدمات سهلة وبسيطة بما يسمح بسرعة انتقال المعلومات بين الأفراد بسرعة فائقة، حيث أصبحت هذه التطبيقات متاحة للجميع ، ويتم تبادل المعلومات والأخبار بها وانتشارها بسهولة وبسرعة هائلة يصعب التحكم فيها، و تنتشر بها الأخبار سواء كانت حقيقية أو كاذبة انتشاراً سريعاً جداً كانتشار النار في الهشيم ، وقد تكون تلك المعلومات والأخبار تحمل في طياتها أفكاراً ورسائل مغلوبة من أجل تحقيق أغراض معينة ، كالأخبار الكاذبة والمزيفة والتي ويتم نشرها بقصد التضليل أو التعتيم بأمور معينة ، وغالباً ما تكون الشائعات مدروسة وذات أهداف واضحة ومحددة ترمي إلي زعزعة الاستقرار في الدولة أو التشويه أو إحداث حالة من عدم الرضاء والسخط وإضعاف الروح المعنوية للمستهدفين منها .

ولا شك أن الجهاز الإداري للدولة ليس بمنأى عن الآثار السلبية التي تُحدثها الشائعات خاصة ما كان منها داخلياً نابعاً من مُروجي الشائعات داخل مرافق الدولة أو من خارجها ومُثارة من الرأي العام الخارجي، فهل يمكن لهذه الشائعات أن تؤثر علي أداء الجهاز الإداري للدولة ؟

(١) د. سامي محمد هاشم: الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ندوة الشائعات في عصر المعلومات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض، ٢٠٠٣م، ص ٥٥.

أهمية البحث:

تأتي أهمية دراسة الشائعات في عصر تكاثر المعلومات ، فالرصيد المعلوماتي الهائل للأفراد والمجتمعات أثر علي طبيعة الشائعات التي تطور وتتغير مع الثورة المعلوماتية ، وزاد من أهميتها وسرعة انتشارها ، فالوسائل التكنولوجية تعتبر اقوي وسيلة لترويج الشائعات وانتشارها ، ونظراً للنمو المستمر والمتراكم والهائل للمعلومات في مختلف أوجه النشاط الإنساني تزداد خطورة الشائعات وتعمق الأزمة ويتسع نطاقها حيث تعمل علي استفحال حالات الفوضى التي قد تحدث وتُضخمها الشائعات وتصبح مؤثرة إلي الحد الذي تعجز معها السلطات وأجهزة الإعلام أحياناً عن مُجابتها .

ولا شك أن خطورة الشائعات المتعلقة بالمرافق العامة تكمن في سرعة انتشارها، وتؤثر تأثيراً سلبياً علي أداء المرافق العامة إما بالتأثير علي عدم قدرتها علي إنجاز الأعمال المطلوبة منها في الوقت المحدد، كحدوث حالة من التكديس للمواطنين بناءً علي شائعة فتح باب التقدم للوظائف بأحد المرافق العامة ، أو إعاقة قيام الموظفين بالقيام بمهامهم مثل إغلاق المحلات التجارية خوفاً من إشاعة التقدير الجزافي للضريبة المُضافة كما حدث في محافظة دمياط خلال شهر مارس ٢٠١٩ من إغلاق كافة الشركات والورش خوفاً من التقدير الجزافي من قبل موظفي والضرائب، وغيرها من صور التأثير علي أداء المرافق العامة بسبب ما يُثار من شائعات وهو ما دفعنا للتطرق لهذا الموضوع الحيوي للبحث عن سُبُل مُجابهة تلك الشائعات والوقاية منها وكذلك منع حدوثها من البداية .

منهجية البحث:

تعتمد الدراسة بشكل أساسي علي المنهج الاستقرائي والتحليلي بالوقوف علي عدد من الشائعات التي أُثيرت مؤخراً علي الساحة ومتعلقة بالجهاز الاداري للدولة ، وتحليل أثرها علي الأداء الحكومي لتلك الاجهزة والآثار السلبية لها ، وماهي الوسائل المناسبة لمُجابهة تلك الشائعات ؟ .

إشكالية وتساؤلات البحث:

يُثير موضوع البحث إشكاليات وتساؤلات كثيرة حيث أن هناك العديد من الشائعات تم ترويجها في مجال العمل الإداري ، وأصبحت سُبُل مقاومة الشائعات ذات الصلة بالعمل الاداري

والتصدي لها واقعا مُلحاً وضرورة من ضرورات الحفاظ علي ضمان حسن سير المرافق العامة ، وما هي الأساليب الإدارية التي يمكن أن تتخذها الإدارة للوقاية من وقوعها فالوقاية خيراً من العلاج ، وكذلك كيفية مُجابها ما وُجد منها، فهل يمكن أن تؤثر تلك الشائعات تأثيراً سلبياً علي أداء الأجهزة الإدارية بالدولة ، وما هي الأساليب الإدارية التي يمكن أن تتخذها الجهات الإدارية لمجابها تلك الشائعات ، وسُبل حماية المرافق العامة من الآثار السلبية لتلك الشائعات ، وهذا ما سنحاول الإجابة عنه من خلال صفحات البحث ، وهذا ما سيجيب عنه البحث إن شاء الله.

الدراسات السابقة :

تقتضي أدبيات البحث ضرورة التعرض للدراسات السابقة في مجال البحث القانوني ، وذلك لعدم تكرار ما سبق بحثه ، ولبيان أهمية وقيمة البحث المُضافة للثقافة القانونية والعلمية ، وعليه فقد تم البحث والتقصي في العديد من المكتبات القانونية ولم أتحصل علي بحث متخصص في بيان أثر الشائعات علي العمل الإداري ، وعليه قد يكون هذا العمل هو الأول من نوعه في هذا المجال ، وهذا أيضاً يمثل صعوبة لقلّة المصادر في هذا المجال .

أهداف البحث :

يهدف البحث لبيان أثر الشائعات علي أداء المرافق العامة ببيان مفهوم الشائعات ذات الصلة بالمرافق العامة سواء كانت داخلية نابعة من العاملين بهذه المرافق أم كانت خارجية عنها ، وبيان مفهومها وأنواعها وأسبابها، وأثرها علي أداء المرافق العامة، وما هي الأساليب الإدارية لمواجهة تلك الشائعات لحسن سير المرافق العامة وتحقيق المصلحة العامة.

خطة البحث :

تقتضي طبيعة البحث تقسيمه إلي أربع مباحث يسبقهم مطلب تمهيدي وفقاً لما يلي :

- . المطلب التمهيدي: المفهوم اللغوي والاصطلاحي للشائعات .
- . المبحث الأول : عناصر الشائعات وتأثيرها علي المرافق العامة .
- . المبحث الثاني : دوافع الشائعات ذات الصلة بالمرافق العامة .
- . المبحث الثالث : أنواع الشائعات ذات الصلة بالمرافق العامة .
- . المبحث الرابع : الأساليب الادارية لمنع ومُجابها الشائعات .
- . الخاتمة والنتائج والتوصيات .

المطلب التمهيدي : المفهوم اللغوي والاصطلاحي للشائعات

الإشاعة لغةً اشتقاق من الفعل أشاع، أما الشائعة فهي اشتقاق من الفعل شاع ، فالشيء يشيع شيوعاً وشياعاً ومشاعاً ظهر وانتشر، ويقال شاع بالشيء أذاعه، ومادة شيع أي انتشر فيقال شاع الشيب أي انتشر وشاع الخبر ذاع، ورجل شياح أي مشياح لا يكتم سراً (١)، وكلمة الإشاعة هي الخبر ينتشر غير مُتثبت منه، أما الشائعة فهي الخبر ينتشر ولا تثبت فيه (٢) .

أما المفهوم الاصطلاحي للشائعة فنظراً للثورة المعلوماتية والعولمة فلا يمكن التعرض لمفهوم الشائعة بمعزل عن ذلك التطور في تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال التكنولوجية وتأثيرها في ظهور وانتشار الشائعات، وتعددت محاولات تعريف الشائعة ، فعرّفها البعض بأنها أخبار قصيرة غير مؤكدة خاطئة أو مشوهة تصدر من طرف بعض الأفراد أو الجماعات داخل التنظيم ولا تتوافر أدلة علي صحتها وتنتشر شفويّاً وينشرها العاملون بقصد الحصول علي المعلومة الصحيحة (٣)، كما عرفها البعض بأنها الترويج لخبر لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة (٤)، أو إضافة معلومة كاذبة أو مُشوهة لخبر معظمه صحيح أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مُغاير للواقع والحقيقة وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام تحقيقاً لأهداف معينة علي نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو علي النطاق العالمي بأجمعه (٥).

ويمكن أن نعرفها بأنها الترويج لخبر مُختلق يُوحي بالتصديق أو المبالغة بسرد خبر يحتوي علي جزء ضئيل من الحقيقة، ويتناقلها الناس بأي وسيلة من وسائل الاتصال المختلفة دون أن تركز علي مصدر موثوق يؤكد صحتها وتتصل بموضوع من الموضوعات محل اهتمام

(١) جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور: لسان العرب، ج ١٠، القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة، بدون تاريخ، ص ٥٦.

(٢) مجمع اللغة العربية: المجمع الوسيط، الجزء الأول، مصر، المكتبة العلمية، بدون سنة نشر، ص ١١٣ .

(٣) د. ناصر قاسمي، دليل مصطلحات علم الاجتماع، التنظيم والعمل، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طبعة ٢٠١١، ص ٨.

(٤) د. عبد التواب إبراهيم رضوان: مصر والحرب النفسية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٨م، ص ١٩ .

(٥) د. عبد الرحمن العيسوي، الحرب النفسية والدعاية، منشورات الكلية الحقوقية، بيروت، طبعة ٢٠٠٤، ص ٥١ .

الناس في وقت محدد ومجتمع محدد ، وغالباً ما تكون سلوكاً مُخططاً تقوم به جهة ما أو شخص ما لنشر معلومات أو أفكار غير دقيقة أو أحاديث أو نشر أخبار وتقارير مُزيّفة، مختلفة ومُجهلة المصدر ومُبَالِغاً فيها ، أو تتضمن جزء ضئيلاً من الحقيقة وتتعلق بالأحداث الراهنة المتعلقة باهتمامات الجمهور، وذلك بغرض تشويه صورة أو للتأثير في الرأي العام تحقيقاً لأهداف معينة سواء أكانت سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية أم ثقافية، أم عسكرية، فهناك من الشائعات تكون ذات صبغة سياسية هدفها تقويض الأمن العام وبث روح من السخط وعدم الرضاء والعداء تجاه مؤسسات الدولة، وتعتبر الشائعات صورة من صور الحرب النفسية وأدحها وتستخدم للقضاء علي الروح المعنوية ، وتُروج الشائعات بصفة خاصة أثناء الحرب والأزمات وذلك أن الناس يستولي عليهم الرعب والخوف والقلق وكذلك في فترة الأحداث والموضوعات ذات الأهمية في حياة الأفراد (١) .

ورغم أن الشائعات لا تعتمد علي أدلة تؤكدتها بشكل قاطع إلا أنها تفعل فعلها وتُحقق آثارها خاصة عندما تكون ناتجة عن حملة مُنظمة ومُخططة ومدروسة من قبل هيئات أو منظمات يتوفر لها كافة المعلومات التي تُساعد علي تحقيق أهدافها المرسومة والمُحددة بدقة وعناية ، فمن خلال الشائعات يمكن أن تتبدل أو تتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم داخل المجتمع، ويمكن أن يعزف الناس عن شراء منتج معين أو زيارة مكان ما (٢)، والجدير بالذكر أن الشائعات ليست كلها قائمة علي أخبار مُزيّفة وكاذبة فحسب ، فمنها ما هو قائم في جزء منها علي معلومات حقيقية وصحيحة ويتم الاستزادة عليها ، وهنا تكمن خطورتها في سرعة انتشارها وتصديق مُتلقيها بل أكثر من ذلك فقد يُشارك المُتلقيين أيضا في نشرها، وتعتبر الشائعات صورة من صور الحرب النفسية وأدحها وتستخدم للقضاء علي الروح المعنوية ، وتُروج الشائعات بصفة خاصة أثناء الحرب والأزمات والثورات، وتنتشر بسرعة حيث أن الناس يستولي عليهم الرعب والخوف والقلق وكذلك في فترة الأحداث والموضوعات ذات أهمية في حياة الأفراد.

(١) د. عبد الرحمن العيسوي ، الحرب النفسية والدعاية ، منشورات الكلية الحقوقية ، بيروت ، طبعة ٢٠٠٤ ، ص ٥١ .

(٢) د. محمد منير حجاب ، الشائعات وطرق مواجهتها ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، طبعة ٢٠٠٦/٢٠٠٧ ، ص ٤١ .

المبحث الأول : عناصر الشائعات وتأثيرها علي المرافق العامة

من خلال ما سبق يمكن إجمال العناصر التي تقوم عليها الشائعات فيما يلي:

١- **مصدر الشائعة** ، وهو المصدر الذي تنطلق منه الشائعة عند أول تداول لها ،وقد يكون شخصاً أو مؤسسة أو حزباً أو إحدوي المؤسسات ، وقد تنشأ وتنتشر الشائعات لمجرد رواية تناقلها الأفراد بالثرثرة أو الدردشة بمحض الصدفة ولا تسعى لتحقيق أهداف معينة وقد لا يكثرث بها الأفراد من تناقلها ولا للتأكد من صحتها من عدمه ، وقد تكون سلوك مُدبر ومُخطط من قبل مُروجيها أو الفاعل أو المُستفيد الأساسي من ترويجها لتحقيق أهداف معينة، والمشاركة من قبل ناقلي الشائعات تساعد علي تحقيق هدف المصدر، فقد يُساهموا بالتغيير والتبديل والتحريف أثناء تداولها بما يجعلها أكثر قدرة علي التأثير والانتشار سواء عن قصد أو بدون قصد ، فشخصية مُتداولي الشائعات لها دور كبير في نشرها .

٢- **محتوي الشائعة** ، وهو موضوعها الذي قد ينصب علي الجوانب الشخصية لفرد معين أو جماعة، وقد تتناول فئات محددة من المجتمع بل تتسع لتشمل المجتمع بأسره، وقد ينصب موضوعها علي جوانب اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية أو عسكرية أو ثقافية أو دينية، أو تهدف للتأثير علي مرفق معين من مرافق الدولة .

٣- **أهداف الشائعات** ، وتختلف الشائعات من حيث أهدافها فقد يكون له أهداف سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو غير ذلك، والمؤكد أن هناك مصلحة يهدف مُروجي الشائعات لتحقيقها ، فوراء كل شائعة مُستفيد له دوافعه ومصالحه الخاصة لترويج الشائعة ، فقد تكون وسيلة لإحداث البلبلة والفوضى في صفوف المجتمع وتقنيت الجهود خاصة حينما يكون مصدر الشائعات جهات أو منظمات خارجية لأحداث البلبلة والفُرقة داخل المجتمع (١) ، أو لتشويه صور ورموز أو لتدمير الروح المعنوية لدي الأفراد والتأثير علي الرأي العام ، ويختلف الهدف من الشائعة باختلاف غرضها ومجالها ، فقد يكون الهدف منها التكتيل بالأفراد كالشائعات التي تتناول القضاء أو أساتذة الجامعات أو رموز المجتمع لإضعاف روحه المعنوية أو التفارقة بين

(١) د. محمد منير حجاب ، الشائعات وطرق مواجهتها ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، طبعة ٢٠٠٦/٢٠٠٧ ،

جماعته وفئاته ، وهذه الأهداف المختلفة بأنواعها أحد المكونات الأساسية للشائعة وأحد الجوانب الهامة لتحليل وفهم الشائعة ومواجهتها .

٤- زمن دورة الشائعة ، وهو الفترة الزمنية اللازمة لتحقيق الشائعة لأهدافها بدءاً من وقت انطلاقها حتى ثباتها وتحقيق هدفها أو تلاشيها مروراً بمرحلة التداول ^(١) ، ويختلف هذا الوقت وفقاً للعوامل المساعدة في انتشار الشائعات وتأثيرها والوقاية منها كالدوافع النفسية والظروف السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، والأزمات بصفة عامة ، والشائعات عادة ذات أهمية وقتية حيث تختفي عندما تظهر الحقائق أو بتغير الظروف الراهنة فإنتهاء حالة الحرب يقضي على الشائعات الخاصة بها، وصدور قرار تشكيل الوزارة يقضي على التكهنات الخاصة بالتعيينات، وغير ذلك من الظروف التي تنتهي الشائعات .

٦- تداول الشائعة وانتشارها ، التداول والنشر عنصر أساسي للشائعة وبدونه لا تؤتي الشائعة ثمارها ، فالكلمة المنطوقة من خلال الأحاديث والدرشة أو عبر وسائل الاتصال الجماهيري كالصحف والمجلات والنشرات والإذاعة والتلفزيون وأخيراً عبر وسائل الاتصال الإلكتروني كالإنترنت والتليفونات المحمولة يمثل عنصراً هاماً في تكوين الشائعات واحداث آثارها

٨- تأثير الشائعات وتأثيرها ، الوظيفة الأساسية للشائعة هي إثارة القلق أو الخوف أو الرعب أو الشك أو الشك لدى الجمهور المُستهدف في وقت محدد، وفي حالة وجود ظروف غامضة كأوقات الأزمات والثورات والكوارث الطبيعية والحروب، والكساد الاقتصادي، وهي الظروف التي تُسهم في انتشار وترويج الشائعات ، ولذلك تعتبر الشائعة خطر تُهدد المجتمعات ، فقد تؤدي إلي تفكك وتدهور المجتمع من خلال دورها في خفض الروح المعنوية أو في إشاعة الفوضى، ومن خلالها يمكن أن تتبدل وتتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم. ويمكن أن يعزف الناس عن شراء منتج أو زيارة مكان ما ، فالشائعات يمكن أن تؤثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، والثقافية والنفسية للمُستهدفين منها، و أيضاً يمكن لها التأثير في العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات، كما أن الشائعات الخاصة بالمسؤولين بالأجهزة الإدارية بلا شك لها من الآثار السلبية علي حالة العمل داخل المرافق العامة ، كما أن إثارة الخوف أو الذعر أو البلبلة

(١) د. محمد كمال القاضي ، الدعاية السياسية والحرب النفسية، المركز الإعلامي للشرق الأوسط، القاهرة،

١٩٩٧م، ص١٢٧.

من شأنها أيضاً ضياع الوقت والجهد فيما لا يُفيد بل يضر بمصلحة المرفق العام ، والتأثير علي الروح المعنوية للموظفين والمُتعاملين مع المرافق العامة .

٨-عوامل انتشار الشائعة ، وتعد أحد أهم الجوانب المهمة لانتشار الشائعة فالعوامل النفسية لدي الناس تُسهم إلي حد كبير في هذا الانتشار، فالإنسان بطبيعته النفسية ونوازعه يميل إلي تصديق الشائعات حتي دون وعي منه في تأويله للبيئة المحيطة ، كما أنه ليس لديه الوقت لمراجعة ما يسمعه أو يقرأه وحرصه علي معايير الصدق، إضافة إلي عادة حب الاستطلاع التي تجعل الكثير من الناس يميلون إلي تقصي الأفكار واستغلال المعلومات .

المبحث الثاني : دوافع انتشار الشائعات

لاشك أن صدور الشائعات دون انتشارها لا يؤثر ولا يُحقق غرضها ولكن انتشار الشائعات وبسرعة رهيبه هو ما يُحقق غرضها وهدفها ، حيث يتوقف انتشار الشائعة علي الخصائص الشخصية لمروج الشائعة من الجمهور (١) ، ولاشك أن هناك من الآثار السلبية التي تتحقق بناءً علي هذا الانتشار ويمكن حصر أهم دوافع انتشار الشائعات فيما يلي :

١- حب استطلاع الأخبار والمعلومات ، فلا شك أن الحاجة إلي استطلاع الأخبار والمعلومات من أهم الصفات السيكولوجية لدي الأفراد خاصة إذا كان الأمر يتعلق بقضية من القضايا المُستجدة والهامة، فالموظفين لديهم شغف وحب معرفة كافة الأمور المتعلقة بالإجازات أو الخصومات أو الزيادات أو العلاوات ، أو الاعلان عن الوظائف وغير ذلك ، فأبي معلومة متعلقة بهذه المواضيع من قريب أو بعيد تداول بسرعة البرق .

٢- القلق والخوف من المستقبل ، فحالة القلق والخوف التي يعاني منها الإنسان في بعض الأحيان تعد دافعا لترويج الشائعات ، فهي تجعل الإنسان مُستعداً لأن يتوهم أموراً كثيرة ليس لها أساس من الصحة ويطلق عليها شائعات الخوف أو الوهم، وقد يكون الدافع هو الخوف الذي يجعل الناس علي استعداد لتوهم أمور كثيرة لا أساس لها من الصحة، ويُطلق عليها

(١) أ. منصور مريم ، أثر الإشاعة علي الثقافة التنظيمية ، دراسة ميدانية لوحدة تغذية الأتعام أولاد حملة ، رسالة ماستر ، جامعة العربي بن مهيدي ، ام البواقي ، ص ٣١ ، <http://www.univ-oeb.dz/ar/> .

شائعات الخوف أو الرغبة في الشعور بالطمأنينة والأمن فتننتشر بين الناس شائعات الأمل التي تشعرهم بالرضا(١).

وتتسبب هذه الشائعات بأضرار جسيمة لأنها تعمل علي نشر الخوف وإشاعة الذعر في الناس وإذا استولي الخوف والذعر علي الناس ضعفت معنوياتهم وانهارت ثقتهم بأنفسهم وفيمن حولهم .

٣- ادعاء المعرفة وحب الظهور ، ويرتبط هذا الدافع بنشر الشائعات بدافع حب الظهور وادعاء المعرفة والعلم ، فيحدث في كثير من الأحيان أن يكون الدافع لنشر الإشاعة حب الفرد للظهور والتظاهر بالعلم ببواطن الأمور فيقوم بسرد أخبار عن موضوعات لا يعرفها المستمع كأن يقول أحدهم سمعت من مصدر مسئول أن الحكومة قررت كذا وكذا، أو قالت شخصية هامة، أنه صدرت قرارات كذا وكذا، وهناك فئة من الناس تتابع وسائل الاتصال الجماهيرية، أو عبر مواقع الإنترنت وتعمل علي نقل دعاياتها المسممة إلي الأفراد لمجرد الظهور أمامهم وأنهم أكثر علما بما يجري من أحداث.

٤- حب الاستباق وجذب الانتباه ، فجذب الانتباه هنا يتحقق لمروج الإشاعة لأنه يعرف معرفة ، ويرفع من شعوره بأهمية ذاته، وتدفع الشخص إلي التسرع في نشر شائعات عن أحداث مقبلة كإعلان الهدنة وقت الحرب أو انتظار أحداث سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية لها تأثير علي حياتهم، كالإعلان عن تغييرات سياسية متوقعة أو إصلاحات اقتصادية أو اجتماعية.

٥- الشعور بالكراهية والبغض والميل للعدوان ، والشائعات الناتجة عن هذا الدافع هي شائعات الكراهية، وتعمل علي نشر الخصومة والبغضاء بين الأفراد وفئات الشعب المختلفة .

٧- تحقيق المصالح الشخصية ، فلا شك أن المصالح المتحققة من وراء نشر الشائعات عديدة وتختلف وفقا للمصدر، ويعد من الدوافع المهمة لانتشار الشائعات ، وخاصة بالنسبة للأشخاص العدوانيين بالطبع أو الذين تكون بينهم وبين الآخرين علاقات سيئة، فيقوم بنشر الشائعات ضدهم وتحمل هذه الشائعات في طياتها إيقاع الأذي والتشهير بسمعة ومكانة الأشخاص وزعزعة ثقة الناس به وذلك إشباعا للنفسية المريضة، فهناك من الأفراد ينشرون الشائعات للتنفيس عن مشاعر الكراهية، أو لتحقيق منافع ومصالح مادية كالأرباح التي جناها أصحاب شركات المحمول وشركات المياه المعدنية في مصر عقب انتشار شائعة أنفلونزا الطيور، وهناك شائعات

(١) د. محمد منير حجاب ، الشائعات وطرق مواجهتها ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، طبعة ٢٠٠٦/٢٠٠٧ ،

تنتشرها الصحف لزيادة المبيعات كأن تستغل شغف الناس بتتبع حياة الفنانين والمشاهير، والشائعات الدينية لتوزيع الصحيفة إضافة إلى الرغبة في استغلال الفراغ الفكري والهواء الناس عن المشاكل الحقيقية وكل هذه الشائعات ثبت عدم صحتها ولكن صحف الإثارة روجت لها لتحقيق مصالحها الخاصة في الترويج زيادة المبيعات.

والجدير بالذكر أن الشائعة قد تكون صادقة في جزء منها ، فقد تحتوي المعلومات الواردة بها الشائعة علي نواة للحقيقة، ومثال ذلك شائعة تقول زيادة في رواتب الموظفين وقبول استقالة أحد المسؤولين، أو ارتفاع في أسعار مواد استهلاكية أو الهزيمة أو النصر في الحرب والتي قد تتحقق في بعض الأحيان ، وقد تكون الشائعة كاذبة أي تركز علي معلومات غير مؤكدة أو عارية تماماً عن الصحة ، ومن الصعب تعقب أو التأكد من مصدر الشائعة أثناء انتشارها، ولكنه من الأهمية بمكان الحرص علي معرفة مصدر الشائعة والتثبت منه من أجل الرد عليها والسيطرة على أثارها وعدم تفاقمها ، والشائعة تتلاءم مع الموضوعات التي يتوجه إليها اهتمامات الجمهور الموجهة إليه في فترة زمنية معينة وبخاصة الموضوعات المرتبطة بأزمة معينة طارئة كحرب أو زلزال، أو بأحداث راهنة تؤثر علي أمن الجماعة واستقرارها ، وتستخدم أساليب مختلفة في بث الخبر الذي لا أساس له من الصحة، أو المُلَفَق بجزء من الحقيقة أو المُبالغ فيه، ويتغير محتوى الشائعة كلما انتقلت من المصدر الأصلي إلي ناقلها أو مروجها، وروايتها عدة مرات مما يجعلها أيسر وأقصر رواية وأسهل فهماً واستيعاباً، فالمُستمع أو القارئ يُفسرها في ضوء خبراته وعاداته وتقاليده ودينه ومصالحه، فالدافع الرئيسي وراء موضوع الشائعة يتأثر باهتمامات ورغبات وثقافة ووعي وذاكرة وذكاء الأفراد الذين يُروجونها، فهم ينقصون أو يزيدون أو يُبالغون أو يختصرون من التفاصيل الواردة فيها بما يتناسب مع ميولهم واتجاهاتهم مما يزيد من خطورتها .

المبحث الثالث : أنواع الشائعات ذات الصلة المرافق العامة

أولاً : الشائعات الداخلية وهي ما يتناقله الموظفون بين بعضهم في بيئة العمل من أخبار غير رسمية وغير دقيقة ، وتتمثل خطورة هذه الشائعات بأنها تتميز بقدر كبير من الصحة خاصة إذا نقلها مصدر موثوق ، وهنا تكمن الخطورة إذ أن الحديث الدائم والمستمر ببيانات

ومعلومات خاطئة يخلق جوا من عدم الثقة في أي إجراءات أو سياسات أو مؤشرات يمكن أن يعتمد عليها الأفراد، وهو ما يؤدي في النهاية إلى إفساد المناخ العام طالما أن الأمور ضبابية وغير واضحة ، وهذه الشائعات قد تكون متعلقة بالعمل نفسه كالشائعات المتعلقة بفرض العقوبات والخصومات أو الإجازات أو غيرها من الإجراءات الإدارية، أو متعلقة بأشخاص بعينهم سواء كانوا مسؤولين أم غير ذلك(1) ، ولا شك أن تلك الشائعات لها من الأثر علي الأداء الإداري للمرافق العامة ، فالشائعات التي يكون محلها المسؤولين بالأجهزة الادارية لها من الأثر الكبير علي حالة العمل داخل المرافق العامة، والتأثير علي الروح المعنوية للموظفين حيث تؤثر بلا شك علي علاقات الموظفين بالإدارة وعلاقتهم ببعضهم البعض، وقد تؤثر علي سير العمل والأداء ، فمن الممكن أن تتسبب تلك الشائعات بخسارة كفاءات وظيفية إن لم تكن الإدارة تتمتع بقدر كافٍ من المهنية والحكمة في التعامل معها ، والشائعات الداخلية ما لم تكن مدروسة ومفتعلة وهادفة فهي ذات تأثير محدود علي بيئة العمل ويمكن تداركها من الإدارة الحكيمة في الوقت المناسب .

ثانياً : الشائعات الخارجية وهي الأخبار غير الرسمية وغير الدقيقة التي يتناقلها الأفراد عامة عن أحد المرافق المعنية، وقد تكون هذه الشائعات مجهولة المصدر غير هادفة ولكن يكون لها من الأثر سواء كانت مُختلفة أم كانت شائعة انتشرت بطريق الصدفة ، وقد تكون تلك الشائعات مدروسة وهادفة وغالباً ما تؤدي وظيفتها بشكل سريع و تنتشر بين الموظفين بشكل سريع وفعال، والجدير بالذكر في هذا الصدد أن كثيرا من الأخبار المُجهلة تدخل في دائرة الشائعات ، حيث تكون من الأخبار عندما تُنتسب إلي جهات رسمية تُسند دعواها مثل صرح مصدر مسئول، وجاء في بعض الدراسات، وأفادت جهات علمية ، وثمة طرائق أُخري من قبيل تحديد أسماء المدن أو الشوارع التي تدعي الشائعة أن الحادثة وقعت فيها تُعين علي إشباع صحة زائفة علي

(1) فمثلاً يسمع الموظف أن المدير أخذ إجازة مفاجئة، فيخبر أحد زملائه بذلك، الذي بدوره يستنتج أن هناك خلافاً بين المدير والمؤسسة، فيقول استنتاجه أمام شريكته في المكتب في اليوم التالي وأثناء تناول قهوة الصباح تقول الموظفة لزميلاتها أنها متأكدة من جود خلاف عميق بين الإدارة والمدير الذي أخذ إجازة إجبارية، وعلي الأغلب أن ذلك يتعلق بقضية مالية احدي الزميلات أنشأت مجموعة علي واتساب لأصدقائها من موظفي الشركة، فأرسلت لهم علي وجه السرعة "هل سمعتم آخر الأخبار؟ المدير اختلس مبلغاً كبيراً وتمت إقالته"، وهكذا يتطور الخبر وينتشر مع إضافات جديدة، ليتفاجأ الموظفون بعد أيام أن المدير لم يأخذ إجازة أصلاً وكان في مهمة رسمية خارج البلاد، علي أن تبقي هذه الشائعات ضمن نطاق المؤسسة نفسها.

الأخبار، فالتحديد العياني لمكان الحادث يتضمن فيما يبدو أن الحادثة لا بد أن تكون قد وقعت، وذلك دون أدلة أو أسانيد قانونية وهذه الأخبار تلحق أكبر الضرر بضحاياها في الوقت الذي لا يمكن لضحاياها ملاحقة من قام بنشرها (١) ، وهناك أفراد يصدقون كل ما يقرأونه في الصحف وكل ما يسمعون من الراديو وتستوي عندها الأخبار القائمة ، من حيث الصدق مع تلك المدعمة بالمستندات ، فالصحف يمكن أن تخوض في الشائعات، وربما كان ذلك عن طريق خطئها في صحة المصدر المُصرح به، وفي بعض الأحيان تكون الشائعة حقيقية .

ويمكن استعراض عدد من الشائعات التي أثّرت في مواقع التواصل الاجتماعي وانتشرت انتشاراً كبيراً ولها مردود علي المرافق العامة كشف عنها المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في تقريره الدوري برصده للعديد من الشائعات ، وأكد علي ارتفاع نسبة الشائعات بشكل كبير خلال الآونة الأخيرة ، وأن المصدر الرئيسي للشائعات هي مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لغياب الرقابة عليها ، وأن انتشار الشائعة أسهل بكثير من نشر المعلومة الصحيحة، وكلما كان حجم الإنجاز المصري كبير يكون حجم الشائعات أكبر، ولذلك كلف رئيس مجلس الوزراء المركز الإعلامي التابع لمجلس الوزراء بمتابعة ورصد الموضوعات المثيرة للجدل علي شبكات التواصل الاجتماعي وعلي المواقع الإخبارية المختلفة ومتابعة ردود الأفعال وتحليلها بهدف توضيح الحقائق حول تلك الموضوعات ، وناشد الجهاز كافة وسائل الإعلام ومرتبدي مواقع التواصل الاجتماعي بضرورة تحري الدقة والموضوعية في نشر المعلومات والتواصل مع الجهات المعنية بشكل مباشر؛ للتأكد من الحقائق قبل نشر معلومات لا تستند إلي أية حقائق وتؤدي إلي بلبلة الرأي العام ، وقد تم رصد العديد من الشائعات التي أثّرت في العديد من المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي ولها علاقة بالمرافق العامة بالدولة نذكر بعضها فيما يلي (٢) :

الشائعة الأولى: سبع دول تحظر استيراد ٧ محاصيل زراعية مصرية ، حيث نُشرت أنباء عن إصدار سبع دول قرارات بحظر استيراد بعض المحاصيل الزراعية المصرية نظراً لعدم مطابقتها للمواصفات المطلوبة، وقد قام المركز الاعلامي لمجلس الوزراء بالتواصل مع وزارة

(١) www.youm7.com/story/٢٠١٨/١٢/٣١

(٢) <https://www.youm7.com/story/٢٠١٨/١٢/٣١>

الزراعة واستصلاح الأراضي بهذا الشأن ونفت تلك الأنباء تماماً مؤكدة علي جودة وسلامة جميع المحاصيل الزراعية المصرية المصدرة ومطابقتها لجميع المعايير والاشتراطات الدولية المتفق عليها، وموضحة في الوقت نفسه استمرار عملية تصديرها لكل الدول المستوردة لها وعدم توقفها علي الإطلاق، مشيرة إلي أن كل ما يتردد حول هذا الشأن مجرد شائعات لا أساس لها من الصحة.

الشائعة الثانية: الحكومة تفرض ضرائب علي مقابر دفن الموتى ، حيث تردد أيضاً أنباء عن فرض الحكومة ضرائب علي مقابر دفن الموتى خلال الفترة القادمة ، وذلك تزامناً مع تطبيق الضريبة العقارية علي الوحدات السكنية، وقد قام المركز بالتواصل مع وزارة المالية، والتي نفت بدورها صحة تلك الأنباء بشكل قاطع.

الشائعة الثالثة: تأجيل موعد بدء الدراسة بالمدارس ،حيث تداولت صفحات التواصل الاجتماعي أنباء تُفيد بنية وزارة التربية والتعليم تأجيل موعد بدء الدراسة بالمدارس تزامناً مع تطبيق منظومة التعليم الجديدة، وبدوره قام المركز بالتواصل مع وزارة التربية والتعليم، والتي نفت صحة تلك الأنباء مؤكدة أنه لا نية علي الإطلاق لتأجيل موعد بدء الدراسة بالمدارس لأي صف من الصفوف الدراسية، وأن الدراسة ستبدأ في موعدها المحدد طبقاً للخريطة الزمنية الخاصة التي اعتمدها المجلس الأعلى للتعليم ما قبل الجامعي.

الشائعة الرابعة: إلغاء إجازة يوم السبت بالمدارس ، حيث نشرت بعض صفحات التواصل الاجتماعي أنباء تفيد بإصدار وزارة التربية والتعليم قراراً بإلغاء إجازة يوم السبت بالمدارس.

الشائعة الخامسة: تأجيل تطبيق نظام التعليم الجديد ، حيث تداولت أنباء تُفيد بتأجيل وزارة التربية والتعليم تطبيق نظام التعليم الجديد نظراً لعدم الاستعداد، وقد قام المركز بالتواصل مع وزارة التربية والتعليم ، والتي نفت صحة تلك الأنباء تماماً، وأكدت أن النظام التعليمي الجديد قائم ولم يصدر عن الوزارة أي تصريحات بشأن تأجيله أو إلغائه، وأضافت الوزارة أنها تسعى جاهدة وبشكل مستمر لتطوير وإصلاح المنظومة التعليمية في مصر ، و يأتي ذلك اتساقاً وتماشياً مع سياسة الدولة الرامية لتكثيف جهود الارتقاء بكفاءة الخدمات التعليمية في جميع مراحلها وزيادة الإنفاق عليها باعتبار التعليم عنصراً أساسياً في التنمية البشري.

الشائعة السادسة: منع الاختلاط في الجامعات المصرية مع بداية العام الدراسي الجديد ، انتشر في العديد من المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي أنباء عن صدور قرار رسمي بمنع الاختلاط في الجامعات المصرية مع بداية العام الدراسي ٢٠١٨/٢٠١٩ وتخصيص أيام معينة لحضور كل منهما للجامعة بواقع ثلاث أيام للبنين وثلاث أيام للبنات في الأسبوع، وقد قام المركز بالتواصل مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، والتي أوضحت أن تلك الأنباء غير صحيحة علي الإطلاق مؤكدةً أنه لم يصدر أي قرار رسمي من قبل الوزارة أو المجلس الأعلى للجامعات خاص بمنع اختلاط البنين والبنات ، وتخصيص أيام معينة لحضور كل منهما للجامعة مشددةً علي أن كل ما يتردد من أنباء حول هذا الشأن محض شائعات لا أساس لها من الصحة ، وناشدت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جميع مسؤولي النشر بوسائل الإعلام أو المواقع الإلكترونية ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؛ بتحري الدقة والموضوعية في نشر الحقائق والتواصل مع الوزارة للتأكد من دقة المعلومات قبل نشرها، حتي لا يتسبب ذلك في بلبلة الرأي العام وإثارة غضب المواطنين.

الشائعة السابعة: بيع الحكومة ٢ مليون قطعة آثار مصرية للخارج ، حيث ترددت أنباء عن بيع الحكومة اثنين مليون قطعة آثار مصرية للخارج، وقد قام المركز بالتواصل مع وزارة الآثار، والتي نفت صحة تلك الأنباء بشكل قاطع مؤكدةً علي عدم بيع الحكومة لأي قطعة أثرية مصرية، ومُشددةً في الوقت نفسه علي اهتمام وحرص الدولة المصرية علي الحفاظ علي جميع الآثار المصرية والتراث الحضاري المصري الذي يمتد عبر آلاف السنين نظراً لأهميتها وقيمتها التاريخية المهمة، مشيرةً إلي أن كل ما يتردد حول هذا الشأن شائعات لا أساس لها من الصحة ، وناشدت وزارة الآثار جميع وسائل الإعلام بضرورة توخي الحرص والدقة قبل نشر مثل هذه الشائعات، والتي قد تؤدي إلي بلبلة الرأي العام وإثارة غضب المواطنين.

الشائعة الثامنة: فتح التعيينات بالجهاز الإداري للدولة، وقد نفي المركز الإعلامي للمجلس الوزراء ما تردد من أنباء بشأن فتح الحكومة باب التعاقدات بالجهاز الإداري للدولة أكتوبر مؤكداً أنه لم يتم الإعلان عن فتح باب التعيينات بالجهاز الإداري للدولة أو توفير فرص عمل بجهات حكومية مشيراً إلي أن كل ما يتردد من أنباء عن فتح باب التعيينات في الجهاز الإداري للدولة شائعات لا تمت للواقع بصلة، وأشار إلي أن قانون الخدمة المدنية ينص علي أنه

في حالة الاحتياج لكوادر بشرية للعمل سيتم الإعلان عنها بشرط ألا يتم ذلك قبل الانتهاء من دراسة الفائض والعجز ، وناشد الجهاز كافة وسائل الإعلام ومرتبدي مواقع التواصل الاجتماعي بضرورة تحري الدقة والموضوعية في نشر المعلومات والتواصل مع الجهات المعنية بشكل مباشر؛ للتأكد من الحقائق قبل نشر معلومات لا تستند إلي أية حقائق وتؤدي إلي بلبلة الرأي العام .

وهناك العديد من الشائعات أيضاً مثل إشاعة استيراد الحكومة شحنات قمح مُسرطنة وتراجع صادرات مصر من المحاصيل الزراعية خلال عام ٢٠١٨ ، وإلغاء القصة في اللغتين العربية والإنجليزية للصف الأول الثانوي ، وتسليم الطالب تابلت بديل مجاً في حال ضياع جهازه الشخصي ، وإلغاء إجازة يوم السبت للمعلمين بالمدارس، وانتقاص حقوق الأطباء بقانون المستشفيات الجامعية الجديد وفرض ضريبة عقارية علي وحدات الإسكان الاجتماعي وبيع هيئة السكك الحديدية الأراضي التابعة لها(١)، و ما صاحب إصدار قانون الخدمة المدنية رقم ٨١ لسنة ٢٠١٦ العديد من الشائعات والتكهنات بالتأثير علي الوضع الوظيفي لموظفي الدولة، والشائعات الخاصة بتقليص عدد من الموظفين ، أو فتح باب التعاقدات الحكومية ، أو عدم إضافة العلاوات وأخيراً انطلقت شائعة بمحافظة دمياط خلال شهر مارس ٢٠١٩ تفيد بفرض ضريبة القيمة المضافة بشكل جزافي مما ترتب علي ذلك اغلاق العديد من المصانع والورش خوفاً من التقدير الجزافي (٢).

(١) <https://www.youm7.com/story/٢٠١٨/١٢/٣١>

(٢) وتتصدي الجهات المختصة ببيان كذب وعدم مصداقية تلك الشائعات واعلان حقيقة المعلومات ، فمثلا نفي المركز الإعلامي لمجلس الوزراء فتح باب التعاقدات بالجهاز الإداري للدولة في يوم الثلاثاء الموافق ٢٥-٩-٢٠١٨ فيما تردد من أنباء بشأن فتح الحكومة باب التعاقدات بالجهاز الإداري للدولة في شهر أكتوبر ٢٠١٨ ، كما أوضح الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة إلي أن كل ما يتردد من أنباء عن فتح باب التعيينات في الجهاز الإداري للدولة شائعات لا تمت للواقع بصلة ، وأشار إلي أن قانون الخدمة المدنية ينص علي أنه في حالة الاحتياج لكوادر بشرية للعمل سيتم الإعلان عنها بشرط ألا يتم ذلك قبل الانتهاء من دراسة الفائض والعجز، وكذلك نفي المستشار الإعلامي والمتحدث الرسمي لوزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري، ما أشيع حول فتح باب التعاقدات بالجهاز الإداري للدولة بتاريخ ١٦-٥-٢٠١٨ .

المبحث الرابع: الأساليب الإدارية لمُجابهة الشائعات

سوف نتعرض أولاً لبيان كيفية منع ومُحاربة الشريعة الاسلامية الغراء للشائعات ثم نتطرق للأساليب الادارية لمواجهة الشائعات حيث أن هناك العديد من الاساليب قررتها الشريعة الغراء لو تم تعزيزها في المرافق العامة لتوصلنا للقضاء علي تلك الشائعات من جذورها ومنع انتشارها حال حدوثها وذلك فيما يلي :

أولاً: وسائل منع ومُحاربة الشائعة في الشريعة الإسلامية

حذر الإسلام من إشاعة الخبر الكاذب، وقد أجمل الإسلام منهجه في مقاومة الشائعات حيث وصف الإسلام مُبتدع ومُروج الشائعة بالفاسق في قوله تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا ﴾، والكاذب في قوله تعالى: ﴿ إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكُذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ ﴾ ، وحذر الله سبحانه وتعالى من الكذب؛ وبين العقوبة التي يستحقها الكاذب ؛ فقال تعالى: ﴿ فَتَجْعَلْ لَعْنَةَ اللَّهِ عَلَى الْكَاذِبِينَ ﴾ ، وقال تعالى: ﴿ وَيَوْمَ الْقِيَامَةِ تَرَى الَّذِينَ كَذَبُوا عَلَى اللَّهِ وُجُوهُهُم مَّسْوُودَةٌ ﴾ ، وكذلك السامع فقد أمره الله سبحانه وتعالى بالثبوت، والتأكد مما يسمع، وحذره من المسارعة في تصديق كل ما يبلغه فيقع في ندامة من أمره، قال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾، فكم من إشاعة أطلقها مغرض، وسمعتها، وصدقها مُتَعَجِّلٌ أدت إلي التباعد والعداوة بين الأصحاب والزملاء، وإساءة سمعة الفضلاء، وتشتيت أسر، وتفريق جماعات، ونكبة شعوب، وانهيار، وهزيمة جيوش؛ فترك ذلك جراحاً عميقة؛ لا تندمل، وفرقة دائمة لا تجتمع (١) ، و يقول الله تعالى: " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ " (٢) ، وهذه الآية الكريمة ترسم لنا منهجاً عظيماً في شأن تلقي الأخبار، وبالأخص في هذا العصر الذي نري فيه السباق لنقل الأخبار والأحداث ساعة بساعة، في عالم قد اتصل شرقه بغربه وتقارب أقصاه من أدناه، ومع التقدم المتعظيم في وسائل

(١) د. عبد الفتاح عبد الغني الهمص ، الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الاشاعات عبر وسائل الاعلام

وسبل علاجها من منظور اسلامي. الجامعة الاسلامية، فلسطين، ٢٠٠٨/٢٠٠٩، ص ص(١٧-١٨).

(٢) الآية (٦) من سورة الحجرات.

الاتصال ، فإنه يجب الحذر ثم الحذر ممّا يشيعه المرجفون وتتاوله وسائل الإعلام وتتناقله وسائل الاتصال من شائعات وأراجيف في عصر السماء المفتوحة التي تُمطر أخباراً وتُلقي أحاديث وتعليقات لا تقف عند حد، بل أصبحت تُشكل عقول الناس وتبني تصوراتهم وتوجه أفكارهم، فلا بد حينئذ من التمييز بين الغث والسمين(١) ، فلا شك أن الشائعات إذا حُصرت بهذه الأمور التي قررتها شريعتنا الغراء فيمكن أن نتفادي آثارها السيئة ، فالتوقف عن متابعة الشائعة مع الحرص علي إتاحة المعلومات الصحيحة؛ يحد من انتشارها، ويُوحي بعدم أهميتها؛ فلا أحد يتحدّث بها، ولا ينشرها، من باب قول الله سبحانه وتعالى " وَلَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُمْ مَا يَكُونُ لَنَا أَنْ نَتَكَلَّمَ بِهَذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَانٌ عَظِيمٌ " (٢) .

ثانياً : الأساليب الإدارية لمكافحة الشائعات

ينبغي التأكيد أولاً علي مبدأ المسؤولية الجماعية في مقاومة الشائعات مهما كانت نوعية الشائعات وتأثيرها ، فلا بد من تكاتف كافة الجهود بين الادارة وموظفيها والمتعاملين مع الاجهزة الادارية لمواجهة الشائعات، ولا شك أن الاقتصار علي مجرد جمع الشائعات ورصدها علي مستوي الإدارات الأمنية كما حدث عند انتشار شائعة انفلونزا الطيور عندما أنشئت الحكومة مرصداً لتجميع هذه الشائعات لم يعد كافياً في ظل التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال ووسائله، فالشائعات التي تُثار في هذا العصر لم تبق مجرد فعل تلقائي أو نشاط عفوي غير مقصود بل أصبحت وسيلة ونشاط مدبر ومرسوم يقوم به خبراء وأخصائيون وهيئات يتوفر له كافة المعلومات والدراسات والميزانيات والأجهزة، والمعدات التي تساعد علي تحقيق الشائعات لأهدافها المرسومة والمحددة بدقة وعناية لذلك يجب أن تتكاتف كافة الجهود لمُجابهة هذا الأمر الخطير لما له من أثر سلبية خطيرة تمس المجتمع ككل والجهاز الاداري للدولة بصفة خاصة .

ويجب علي جهة الإدارة أن يكون لديها القدرة علي التعامل السريع مع كل أنواع الشائعات والتصدي لها لتجنب آثارها، وكل ما كان التعامل مع الشائعة سريعاً كل ما كان

(١) د. شريف علي حماد، التأصيل الشرعي للإعلام الدعائي وترويج الاشاعات. جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، ص ٧ .

(٢) سورة النور، الآية ١٦ .

التعامل أمثر فعالية ، ورغم أن الشائعات لا تعتمد علي أدلة تؤكدتها بشكل قاطع إلا أنها تفعل فعلها وتُحقق آثارها خاصة عندما تكون ناتجة عن حملة مُنظمة ومُخططة ومدروسة من قبل هيئات أو منظمات يتوفر لها كافة المعلومات التي تساعد علي تحقيق أهدافها المرسومة والمُحددة بدقة وعناية ، فمن خلال الشائعات يمكن أن تتبدل أو تتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم داخل المجتمع، ويمكن أن يعزف الناس عن شراء منتج معين أو زيارة مكان ما، وكذلك تؤثر علي الروح المعنوية لموظفي الدولة ويمكن أن تُروج للسخط وعدم الرضاء وفقد الانتماء الوظيفي مالم يتم تدراكها .

ويجب علي كل جهة ادارية أن تضع اجراءات استباقية للتعامل مع الشائعات ، وتلجأ لتحديث وتطوير وسائلها وكذلك تطوير أساليب التواصل الفعال مع الموظفين لتتمكن من محاربة أي الشائعات مبنية علي معلومات غير دقيقة ، ويجب أن نُصب عينها لكل موظف مستوي مختلف من الذكاء الاجتماعي الذي يجعله يجد سبيلاً سليماً للتعامل مع الشائعات التي تمسه ، ويمكن حصر الاساليب الادارية التي يمكن من خلالها للجهات الادارية التعامل مع الشائعات من ضرورة رصد و اكتشاف الشائعة بإبلاغ المسؤولين، وأن تكون هناك وحدة خاصة التعامل مع تلك الشائعات، وتوعية الموظفين وتقديم الايضاحات للمواطنين ، ثم العمل علي دراسة وتحليل الشائعة من حيث الشكل والمضمون ، وتحديد الاجراءات المناسبة للتصدي لها والحد من انتشارها، وتوجد إجراءات عديدة تساعد كلها أو بعضها في منع حدوث الشائعات، وكذلك مُجابهة آثارها حال حدوثها والسيطرة عليها ونذكر منها ما يلي :

١- ضرورة التأكيد الدائم والمستمر علي المستويات الإدارية المختلفة بضرورة التوعية المستمرة من خطورة الشائعات فيجب أن يتم تعزيز التوعية بين الموظفين بخطورة الشائعات علي سير العمل في مختلف المستويات الإدارية بكافة الطرق والوسائل المباشرة وغير المباشرة .

٢- تعزيز الشفافية الإدارية(١)، فلا شك أن إتباع الشفافية الإدارية والمُصارحة في بيئة العمل تتخذ أشكالاً مختلفة، فيمكن التعامل مع الإشاعة من خلال الاجتماع مع الموظفين وتوضيح

(١) الشفافية هي عكس يكون الفعل أو النشاط شفافاً إذا كانت المعلومات حوله متوفرة وواضحة، الشفافية تعني أن تكون كل الهيئات والمؤسسات والمرافق التي تدير وتدبر الشأن العام شفافة أي أنها تعرف ما يجري ويدور داخلها، بحيث تكون كل المعلومات والحقائق معروضة ومتاحة للبحث والمساءلة.

الصورة، واستغلال الأشخاص الموثوقين في تكذيب الإشاعة ومحاربتها، وغالباً ما تعتبر الشفافية في بيئة العمل عاملاً للوقاية من انتشار الإشاعات، ودفاعاً لدي الموظفين لعدم تصديق كل ما يقال.

٣- **ضرورة إثبات كذب الإشاعة بالطرق الرسمية**، فيجب علي الإدارة أن تقوم بإصدار تكذيب رسمي للإشاعة لتضع حداً لانتشارها، وأن تُصدر بياناً رسمياً بالأرقام والاحصائيات يوضح موقفها من هذه الإشاعة وتكذيبها رسمياً ويتم الإعلان عنه بالوسائل و الطرق المتبعة وفي الأماكن المُخصصة للإعلانات، كما يجب أن تحذر الإدارة من تكذيب الأخبار الصحيحة لأنها ستفقد ثقة العاملين لديها وستكون عاجزة عن مواجهة الشائعات الكاذبة مستقبلاً.

٤- **تعزيز الانتماء الوطني لدي الموظفين** ، حيث يعتبر تعزيز الانتماء الوطني لدي الموظفين من أفضل الطرق التي تتبعها الإدارة الناجحة في مقاومة العوامل السلبية في بيئة العمل، والموظف الذي يشعر بالانتماء تجاه عمله بلا شك يرفض أن يُشارك في التسويق للإشاعات .

٥- **رسم الحدود للموظفين** ، فيجب علي الإدارة رسم الحدود الواضحة للموظفين بحيث يحافظ كل منهم علي احترام الآخرين ولا يساهم في تشويه صورته بطريقة أو بأخري ، والتي من شأنها أن تخلق جواً من التوتر بين الموظفين.

٦- **السرعة في الرد علي الشائعة وتكذيبها**، ولا بد من مصداقية المصدر المُكذّب للشائعة ، فيجب أن يقوم بالتكذيب مسئول ثقة ومُتخصص وبالأدلة والاحصائيات تُنشر الحقائق الصحيحة لتكذيب الأخبار المزيفة والتلميح في الرد للشائعة من غير سرد لها بالرد غير المباشر بعدم تكرار ألفاظ الشائعة، وفي حالة النشر تستبعد العبارة المُلققة، وذكر الشائعة في سياق من الأفكار والأدلة والبراهين المؤكدة للرد، أو تغيير الشائعة بالحجج والأدلة، والاعتراف بالحقيقة أول الخطوات في معالجة الأزمات وتجاوزها، من خلال توضيح عنصري الغموض العام والقابلية للتصديق.

٧- **ضرورة التأكيد علي الموظفين بالتجاهل والإهمال للشائعات**، حيث أن التوقف عن متابعة الشائعة مع الحرص علي إتاحة المعلومات الصحيحة؛ يحد من انتشارها، ويُوجي بعدم أهميتها؛ فلا أحد يتحدث بها، ولا ينشرها وكشف حقيقة أهدافه، واتخاذ آليات تحدُّ من عمله كمروجٍ للشائعات وتدمير مصدرها وإظهارها كذبة

٨- ضرورة وجود وحدة أو إدارة للشائعات ، حيث تُخصّص لها مساحة في وسائل الإعلام لتتفقد الشائعات، وتُحلَّلها بدقة وترد عليها، وهذا هو المعمول به في مقاومة شائعات الإنترنت؛ فيُخصّص موقعٌ موثوق به يتضمَّن جملة من المتخصِّصين في الكشف والتحليل والرد علي الشائعات، والتحذير منها.

الخاتمة

من خلال ما سبق يتضح لنا أن معظم ما يتناوله الناس من أنباء وآراء ، وبيانات ومعلومات لا تستن لقرائن وأدلة إنما هي مجرد شبهات وشائعات لا أساس لها من الصحة، ولا شك في أن الشائعات المدروسة لها أهداف غالباً ما تكون أهداف تضر بالمصلحة العامة للمواطنين، فالشائعات هدفها التخريب والتأثير السلبي واحداث حالة من السخط العام وعدم الرضاء العام للمُستهدين منها تحقيقاً لأغراض وأهداف معينة ، فكل خبر مسموع أو منطوق، مصور أو مقروء ومُتداول بين الناس يكتنفه الغموض ومجهول المصدر ولا يتحمل سامعه أو إنما هو إشاعة مُغرضة يجب الحذر منها قبل أن نصيب بها قوماً بجهالة فنصبح علي ما فعلنا نادمين وقد توصلنا إلى عدد من النتائج والتوصيات نذكرها فيما يلي :

أولاً النتائج :

- ١- جميع المعلومات والأخبار التي تتناقل دون مصدر يوثقها تعتبر من قبيل الشائعات .
- ٢- الشائعات أنواع منها ما يتم تناقله وانتشاره دون قصد ولا تهدف لتحقيق غرض معين ، وهناك مدروسة ومُخططة ولها أهداف وهي أكثر خطورة من الأولى .
- ٣- خطورة الشائعات وأثرها لا يقع فقط على المرافق العامة بل يتأثر به المجتمع ككل أفراد وجماعات سواء بصورة مباشرة أو صورة غير مباشرة .
- ٤- عدم وجود وعي لدي الموظفين بالموافق العامة والمواطنين يساعد على انتشار الشائعات بل قد يُساهموا دون قصد في المساعدة على انتشارها .
- ٥- رصد الشائعات وتجميعها ليس وحده الحل الأمثل لمواجهتها ومنع انتشارها .
- ٦- التفاعل والتواصل الفعال مع الموظفين يعزز سبل منع الشائعات والتوعية بضرورة تجاهلها وعدم نشرها .

- ٧- الرد على الشائعات لابد أن يكون من خلال مصدر موثوق وجهة رسمية ومن خلال بيانات رسمية واحصائيات والسرعة مطلوبة في الرد للحد من اثيرها السلبي .
- ٨- ضرورة تكافت كافة الجهود وتعزيز التعاون بينم كافة الجهات الادارية لمحاربة الشائعات .
- ٩- ضرورة متابعة ما يُثار من أقوال سواء داخل المرفق أو خارجه لها من التأثير على حالة العمل به وذلك من خلال إدارة متخصصة في ذلك الأمر .
- ١٠- ضرورة مُساير التطوير التكنولوجي في سبل منع ومكافحة الشائعات لمواجهة الاساليب الحديثة في انتشار الشائعات .

ثانياً: التوصيات :

- ١- ضرورة وضع الاستراتيجيات والخطط الاستباقية بكل جهة إدارية للوقاية من الشائعات ولسرعة مواجهتها .
- ٢- ضرورة إنشاء وحدة بكل وزارة لرصد وتحليل الشائعات والرفع بها للمسؤولين للتصدي لها بكافة الوسائل لمنع انتشارها والحد من أثارها .
- ٣- التنسيق التام بين مركز رصد الشائعات بمجلس الوزراء وكافة الجهات الحكومية لرصد ومتابعة ومكافحة كافة الشائعات الداخلية والخارجية بشكل دوري وتقديم النصائح للمسؤولين والمواطنين في كيفية دحض الشائعات ومواجهتها وتزويد المسؤولين بالمعلومات الكافية والدقيقة عن الموقف حتي يمكن توجيه الأحداث وتقديم النصائح للمواطنين .
- ٤- ضرورة تعزيز كافة الإمكانيات المادية والفنية والبشرية والتنسيق بين الجهات الادارية لإجراء الدراسات اللازمة حول الشائعات، وعلاقتها بالحرب النفسية والدعاية لتوفير قاعدة علمية يمكن الاستفادة منها لمواجهة الشائعات وتدريب الفنيين والأخصائيين والخبراء.
- ٥- تحديد مصدر اعلامي مسؤول في كل جهة إدارية يتولى التحدث عن تلك الجهة وبيان كافة الايضاحات والمعلومات حول ما يُثار من شائعات متعلقة بالعمل ، والتأكيد من قبل مسؤولي الجهات الحكومية بعدم الاعتداد بأي معلومات يعيده عن ها المصدر .
- ٦- عقد لقاءات دورية مع الموظفين والمواطنين المتعاملين مع الأجهزة الحكومية للتوعية من خطورة الشائعات وأثرها السلبي على المرافق العامة وأهمية مُجابهتها من الجميع .

٧- ضرورة تعزيز الثقة والولاء الوظيفي لدي العاملين بالمرافق العامة ليكونوا خير سند لدحض الشائعات ومنع انتشارها بالتأكيد على الدور الوطني لكل موظف في خدمة بلده ووطنه وجهة عمله .

٨- تعزيز الرقابة الذاتية للموظفين والمتعاملين مع المرافق العامة بالإبلاغ عما يصدر من شائعات ومن يقومون بترويجها .

٩- التنبيه على كافة الموظفين والمتعاملين مع المرافق العامة بالتأكد من أي بيانات يقومون بتداولها من خلال المصادر الموثوقة والمعتمدة من قبل هذه الجهات ودون غيرها .

١٠- تغليظ العقوبة التأديبية لكل من تسول له نفسه في إثارة الشائعات أو المساهمة في نشرها بأي صورة من الصور وخاصة إذا ترتب ضرر للمرفق العامة بسبب تلك الشائعات .

والله من وراء القصد وهو يهدي السبيل

والحمد لله رب العالمين

قائمة المراجع:

- ١- جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور: لسان العرب، ج ١٠، القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة، بدون تاريخ.
- ٢- مجمع اللغة العربية: المجمع الوسيط، الجزء الأول، مصر، المكتبة العلمية، بدون سنة نشر..
- ٣- د. عبد الرحمن العيسوي، الحرب النفسية والدعاية، منشورات الكلية الحقوقية، بيروت، طبعة ٢٠٠٤، ص ٥١.
- ٤- د. عبد الفتاح عبد الغني الهمص، الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الاشاعات عبر وسائل الاعلام وسبل علاجها من منظور اسلامي. الجامعة الاسلامية، فلسطين، ٢٠٠٨/٢٠٠٩.
- ٥- د. شريف علي حماد، التأسيس الشرعي للإعلام الدعائي وترويج الاشاعات. جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.
- ٦- د. محمد محمد سيد أحمد عامر، المسؤولية الجنائية عن ترويج الاشاعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، دراسة فقهية مقارنة. بحث مقدم الي مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، التطبيقات والاشكاليات المنهجية، جامعة الامام محمد بن سعود، الرياض.
- ٧- د. عبد التواب إبراهيم رضوان، مصر والحرب النفسية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٨م.
- ٨- محمد كمال القاضي: الدعاية السياسية والحرب النفسية، المركز الإعلامي للشرق الأوسط، القاهرة، ١٩٩٧م.
- ٩- د. محمد منير حجاب، الشائعات وطرق موجهتها، دار الفجر، القاهرة، ٢٠٠٦.
- ١٠- د. ناصر قاسمي، دليل مصطلحات علم الاجتماع، التنظيم والعمل، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طبعة ٢٠١١.
- ١١- مجلة درع الوطن الإلكترونية، الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها السلبية، سنة ٢٠١٤.
- ١٢- الموقع الالكتروني لجامعة العربي بن مهيدي بالجزائر : <http://www.univ-oeb.dz/ar/>
- ١٣- الموقع الالكتروني لصحيفة اليوم السابع : www.youm7.com/story/2018/12/31
- ١٤- الموقع الالكتروني لمجلس الوزراء : <http://www.cabinet.gov.eg/Arabic/Pages/default.aspx>
- ١٥- الموقع الالكتروني للجهاز المركزي للتنظيم والادارة : <http://www.caoa.gov.eg/WebForms/Default.aspx>

